GENOLD



LE POURRISSOIR

Bourreurs de Crânes
Chiffons de Papier

25 CENTIMES

Publication mensuelle du journal:

Ce qu'il faut dire...

69, Boul. de Belleville, 69 PARIS (XI[e])

Juillet 1917 * *N° 3*

NOTRE BROCHURE MENSUELLE DE PROPAGANDE

Par son petit format et son prix modique, la Brochure pénètre facilement dans tous les milieux et nous semble un des meilleurs moyens de diffusion des idées.

Pour nous permettre de répandre plus activement nos conceptions, nous avons décidé de faire paraître tous les mois, soit une nouvelle Brochure de propagande, soit une réédition de ces belles pages qui forment comme la base de notre philosophie libertaire.

Pour assurer un tirage assez important, nous avons créé un abonnement à *notre Brochure mensuelle de propagande*.

L'abonnement donne droit, à la série des douze Brochures qui seront imprimées en une année et seront envoyées aux souscripteurs, dès leur parution, dans la première semaine du mois.

Tous les abonnements partent de la première Brochure et les publications parues sont adressées aux abonnés qui s'inscrivent dans le courant de l'année.

Nous mettrons en vente, à la fin de l'année, la série, soigneusement reliée, des douze Brochures.

Les abonnés qui auront conservé leurs exemplaires n'auront qu'à nous les confier et nous nous chargerons de leur établir la même reliure aux meilleures conditions.

Les Brochures suivantes sont déjà en vente :

N° 1. — *Douze Preuves de l'Inexistence de Dieu*, par Sébastien FAURE ;

N° 2. — *Le Poison Maudit* (L'Alcool), par le Dr ELOSU.

N° 3. — *Le Pourrissoir* (La Presse), par GENOLD.

A paraître prochainement :

Les Profiteurs de la Guerre

par MAURICIUS

L'abonnement aux douze Brochures est de **2 fr. 50**

Les souscriptions doivent être adressées au nom de **Sébastien FAURE** ou à l'Administrateur du journal *CE QU'IL FAUT DIRE...*. 69, boulevard de Belleville, Paris (XIe).

Le Pourrissoir

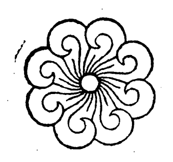
GÉNOLD

Le Pourrissoir

Bourreurs de Crâne

ET

Chiffons de Papier



ÉDITION DE " CE QU'IL FAUT DIRE "
69, BOULEVARD DE BELLEVILLE

Le Pourrissoir

Le pourrissoir, c'est l'endroit où se corrompent les chiffons et les détritus, c'est l'*alpha* et l'*omega* du papier, qui en sort pour y retourner, c'est un mot qui résume admirablement la cause et l'effet : le journal et le lecteur. Le pourrissoir est à la fois une synthèse et un symbole.

***

La Ploutarchie

Zo d'Axa écrivit jadis dans l'une de ses *feuilles* virulentes : « *Citoyens, on vous trompe! On vous dit que la dernière Chambre, composée d'imbéciles et fripons, ne représentait pas la majorité des électeurs :* C'EST FAUX! »

Après le maître pamphlétaire, on peut dire aujourd'hui : *Lecteurs, on vous trompe! On prétend que la Presse, cette honorable association d'imbéciles et de fripons, ne représente pas fidèlement la majorité des lecteurs :* C'EST FAUX*!*

Comment, en effet, un public aussi crédule, aussi niais, aussi grégaire, aussi cupide, pourrait-il réclamer une autre nourriture intellectuelle que le poison déversé, à si bon marché, chaque matin par ses exploiteurs.

Pourtant, le journal aurait pu être un magnifique instrument de libération, de justice et d'éducation, et certes Gutenberg, penché sur sa presse, ne songeait guère à l'usage effroyable que ferait de son invention la ploutarchie qui actuellement mène le monde.

Mais devant cette possibilité d'expression de la pensée libre, de divulgation des élémentaires vérités, le parasitisme se rebelle et tend à annihiler les espoirs inclus dans la diffusion du Verbe.

Au brigandage primitif a succédé le brigandage féodal, puis le brigandage mercantile, èt enfin, quatrième et actuel stade, le parasitisme agioteur. (1). Ce dernier se distingue de ses prédécesseurs par une ruse beaucoup plus grande. Il ne brûle plus l'auteur avec son livre en place de grève, il l'achète, et s'il refuse de se vendre, c'est autour de lui, la conspiration d'un silence plus inscrutable que celui des Bastilles du passé.

Et pourtant jamais on n'imprima tant de papier qu'aujourd'hui, mais quels papiers!... Si nous voulons comprendre pourquoi et comment, les journaux sont devenus les fidèles serviteurs de l'oligarchie financière, il faut tout d'abord jeter un regard sur l'organisation sociale actuelle.

Nous vivons en France sous un régime dit (on ne sait trop pourquoi) républicain. En fait, la bourgeoisie mercantile, après s'être servie de la plèbe pour assurer son omnipotence, a failli à sa tâche, qui était d'être l'éducatrice des foules, l'initiatrice d'un meilleur devenir.

Le formidable développement industriel du monde, accompli en ces dernières années, a eu un résultat au moins singulier; c'est de mettre la toute-puissance entre les mains des financiers agioteurs, bien qu'en toute logique, et même dans une société capitaliste, ils ne devraient être que les comptables des richesses produites par l'industrie humaine.

Chargés des affaires de la bourgeoisie, qu'ils grugent en même temps que le peuple, les financiers sont, par la puissance maléfique de l'or, devenus les maîtres de la France et la dévorent. Quant aux politiciens, ils ne sont que les très humbles servants de la clique dorée,

(Censuré)

(1) AUGUSTE CHIRAC: *L'agiotage sous la Troisième République.*

Anatole France a peint très justement cet état de choses, en quelques lignes cryptographiques, placées en tête du livre VIII de *l'Ile des Pingouins :*

« ***Après s'être soustraite à l'autorité des rois et des empereurs, après avoir proclamé trois fois sa liberté, la France est soumise à des compagnies financières qui disposent des richesses du pays, et par les moyens d'une presse achetée dirigent l'opinion.*** »

On ne peut, avec plus de clarté et de concision, résumer les dernières phases de l'histoire de ce pays.

Comment cette main-mise de l'oligarchie banquière sur toute une nation a-t-elle pu s'accomplir? Cela tient à un motif très simple : La sordidité de l'âme bourgeoise, qui peu à peu a déteint sur les masses. Ce peuple économise annuellement (en temps de paix) plus de deux milliards et demi, d'autre part, ce même peuple est plein de vertus héréditaires; fidèle à la tradition gauloise, il est aussi crédule qu'avare, superficiel que vaniteux, puéril que calculateur, il est tout à fait normal, en ces conditions, que le fruit de son épargne serve de pâture à la plus formidable légion de parasites qu'aucun peuple ait jamais toléré.

***

Il y a dans ce pays 75 0/0 environ de « citoyens » qui ne possèdent rien, que leur travail, comme moyen d'existence. Entre les 25 0/0 qui restent, se partage ce que les gazettes appellent la fortune nationale.

Cette fortune étant gérée par les financiers, il est de première importance, dans l'intérêt de tous les possédants, que les 75 0/0 de la population, la main-d'œuvre, le matériel humain; non seulement ne se révoltent pas contre leurs exploiteurs, mais encore ignorent le véritable fonctionnement de la machine sociale.

Le problème gouvernemental, facile à résoudre dans les anciennes monarchies absolutistes, est devenu plus ardu dans ce qu'on est convenu d'appeler une démocratie. Ici l'autorité est obligée de tenir compte, du moins en apparence, de l'opinion publique; il n'existait donc qu'un moyen de la rendre inoffensive, c'était de la fabriquer, de la canaliser dans le « bon sens », c'est-à-dire au mieux des besoins de l'ordre social qui assure la sécurité des prébendés.

La presse était l'instrument tout indiqué pour mener à bien cette opération. Les gazettes pourtant, n'avaient point été fon-

dées dans ce but de malfaisance, mais devant la puissance soudaine révélée par le succès des feuilles imprimées, la Spéculation ne pouvait rester indifférente.

La Bourse, a dit Proud'hon, est le monument par excellence de la société moderne; les journalistes qui, aux débuts de la presse quotidienne avaient manifesté quelques velléités d'indépendance, ne devaient pas tarder à entrer dans le Temple du Veau d'or.

« Le temps n'est plus où un journal de quatre pages se vendait couramment quatre et cinq sous, et pouvait vivre du seul produit de sa vente. En vingt ans, le prix du numéro est tombé à un sou, en même temps que par une curieuse contradiction, le nombre des pages passait de 4 à 6 et même plus, en outre la concurrence obligeait à augmenter les frais... ainsi les dépenses augmentant quand les recettes diminuaient, les journaux en arrivaient au déficit. » (1).

C'est alors que les directeurs des journaux imaginèrent de se servir, pour boucler leur budget, de la Publicité.

***

La Publicité

La Publicité dont il est ici question comprend, en outre de celle des marchands et des industriels, les publicités financière, politique, mondaine, littéraire ou artistique, qui ont pour but de satisfaire le désir démocratique de « faire parler de soi ».

A ce sujet, voici d'ailleurs quelques extraits d'un article paru dans *Ce qu'il faut dire,* du 14 octobre 1916, et qui définit ce qu'est cette fameuse publicité.

« Ce mot est devenu une sorte d'abréviation euphémique, il sous-entend, en effet, toutes les louches « affaires » dont vivent nos bons confrères de la presse bourgeoise.

La publicité commerciale est la plus connue, c'est aussi la plus innocente, encore que souvent elle permette de petites combinaisons dans le genre de celles des *Cigarettes Muratti,* dont l'*Œuvre,* de Téry, sait quelque chose.

Les exemples sont nombreux de publicité un peu... forcée. Le moment est propice : on commence une campagne contre un produit « *boche* », puis après un silence, on continue ou bien on

---

(1) Francis Delaisi : *La démocratie et les financiers.*

interrompt, selon l'attitude du visé. La plupart du temps, la campagne se transforme en un joli petit contrat de publicité.

Les cinq plus considérables de nos abrutisseurs nationaux, le *Journal*, le *Matin*, le *Petit Journal*, le *Petit Parisien* et l'*Echo de Paris* ont constitué un syndicat qui est le truchement et le répartiteur entre ces organes et la clientèle.

Parfois, les journaux non participants à ce syndicat montrent les dents à leurs bons confrères. Par exemple, on découvre que la publicité des produits pharmaceutiques est immorale et on fait une campagne... jusqu'au traité, inclusivement.

Voici la crise du papier; on parle de réduire le format des journaux, le *Journal* de M. Humbert (des canons, des munitions! et un château en Seine-et-Marne) s'y refuse, alléguant des prétextes; l'*Œuvre* s'aperçoit que l'ancienne maison Le Tellier a tout simplement besoin de place pour ses annonces, et parmi celles-ci découvre ingénieusement la réclame de la *Farine Nestlé*, maison qui — paraît-il — fait en Suisse du commerce avec l'Allemagne. Horreur!... Téry, après tout, a peut-être des enfants à nourrir, et compte sans doute que la maison Nestlé lui fera tenir, après son silence, un stock de ses produits?

Il y a aussi la publicité à rebours, dans le genre de celle que Daudet fait dans l'*Abjection Française*, en ce qui concerne par exemple le Casino de Monaco. En ce cas, on finit toujours par s'entendre, surtout avec Monaco, où il y a un budget spécial destiné à étouffer les voix malencontreuses.

La publicité financière est plus intéressante encore : Là, toute une tribu de forbans, grands et petits, s'embusquent à l'affût de l'*émission* à attaquer ou de la *Société* à menacer de révélations. La besogne est d'ailleurs facile; les financiers ayant pris l'habitude de faire la part du feu, et distribuant, bon an mal an, pas mal de millions à la presse, qui ainsi « *défend l'épargne* » *!!...*

Sous le même titre *Publicité*, je publiai dans C. Q. F. M. du 21 octobre 1916, un article documentaire, dont voici les passages essentiels :

J'essaierai, sous ce titre, Publicité, d'apporter aux lecteurs de C. Q. F. D. quelque documentation sur ce mode d'activité entre tous parasitaire, et dont l'abus a tellement corrompu la Presse, que je mets au défi le plus intrépide chercheur de trouver dans les colonnes de nos grands confrères bourgeois, une seule ligne qui ne soit tendancieuse ou entachée de vénalité.

....

Et d'abord, quelques considérations historiques :

En 1835, Emile de Girardin fonda la *Presse*, la première feuille à 10 centimes; à cette époque, le *Journal des Débats* tirait environ 20.000 francs par an de sa publicité. Girardin se flatta de dépasser ce chiffre — considérable pour l'époque — et offrit des annonces à de nombreux abonnés; en 1845, il voyait déjà la quatrième page

de la *Presse* affermée 300.000 francs; le progrès était coquet.

En 1847, un M. Panis entreprit de grouper les six journaux politiques de l'époque en un monopole d'annonces. Ainsi naquit la première agence de publicité.

Parallèlement fonctionnait un nommé Havas, ancien banquier et fournisseur militaire, ruiné à la chute du Premier Empire, et qui adressait aux journaux de province des messages, où il résumait les nouvelles quotidiennes. Il leur proposa de payer leur abonnement en annonces que lui-même se chargeait de fournir. L'*Agence Havas* était née.

Un peu plus tard, un concurrent surgit : M. Lafitte, ancien secrétaire général de la préfecture de police, qui fonda le *Bulletin de Paris*. Après s'être fait la guerre, Havas et Lafitte s'associèrent en 1858.

Aidés par un sieur Bullier, courtier retors, ils étendirent leur affaire, et peu à peu englobèrent les agences similaires, entre autres celle de MM. Lagrange et Cerf, qui affermait déjà plusieurs journaux.

Ainsi se constitua, en 1865, sous le nom *Société générale des annonces* un puissant trust de la publicité française, auquel ont été successivement affiliés tous les journaux de France.

En 1879, cette Société vendit 7 millions son agence tétégraphique; l'*agence Havas* fut dorénavant séparée du giron maternel.

Les affaires prospérèrent. En 1902, le vicomte d'Avenel pouvait écrire: « De 2 millions de francs, il y a trente ans, la *Société des annonces* est aujourd'hui passée à 8 millions ».

Plus récemment s'est constitué le *Syndicat des Cinq,* comprenant le *Matin,* où flurissent Bunau-Varilla et Sapène, le *Journal,* ancienne maison Le Tellier, Ch. Humbert, successeur, le *Petit Journal* de MM. Prevet et Pichon, le *Petit Parisien* du sénateur Dupuy, et l'*Echo de Paris* des frères Simond. Les affaires de ce syndicat occupent la plus grande partie du personnel de l'*Office des annonces,* dont le directeur actuel, M. Laffitte, neveu du fondateur, déclare « *ne pas avoir de place pour un employé intelligent* ». Cela, du reste, est logique, il pourrait y voir trop clair!

Tout cela, pourtant, ne concerne encore que la Publicité apparente, *classée.* L'autre, la publicité *non-classée* ou *rédactionnelle* est véritablement protéique; tantôt c'est un écho, tantôt un article, un compte rendu, une interview, etc., etc... Cela rapporte gros, car de l'homme d'Etat à l'actrice, tout le monde aujourd'hui a son budget de publicité.

Naturellement, cet apologie des personnes ou des choses se pare d'une apparence de style, et tend de plus en plus à remplacer dans nos quotidiens la véritable littérature reléguée dans les revues, inconnues ou à peu près, du gros public.

On conçoit facilement que le dénigrement journalistique, ce que j'appelais naguère la publicité à rebours, fleurisse également, ayant pour but la vente et l'achat du silence qui, pour certains, est plus urgent que la louange.

Le code baptise cela d'un gros mot: « *chantage* »; fi donc! Jamais un bon journaliste ne cherche à extorquer des fonds pour prix de son silence, oh non! il publie d'abord un petit écho, puis... il attend; si *on* ne vient pas, il récidive jusqu'à récipiscence du coupable.

Le procédé est infaillible, et on ne cite que peu d'exemples de cyniques capables de demeurer indifférents à une campagne de presse.

Toutefois, la branche la plus fructueuse de la publicité, avec tout ce que ce mot comporte de campagnes agressives ou laudatives, est sans contredit la Publicité financière.

Dans le même ouvrage du vicomte d'Avenel, déjà cité, on trouve de précieux renseignements sur cette industrie qui « eut son apogée durant la période qui précéda le krach mémorable de 1881, lorsque de nombreuses *émissions* durent, pour atteindre le bas de laine, emprunter la voie des journaux.

Les meilleurs clients furent à cette époque, et un peu plus tard, la célèbre *Compagnie du Canal de Panama* qui, suivant le mot de l'expert Flory, « *chantait* » pour tout le monde; et aussi le *Crédit Foncier* qui, sous l'administration de M. Christophe, distribuait un million par an de publicité.

C'est vers cette époque (1891) que naquit l'alliance russe, dont le succès en France est dû aux efforts de la presse et nous voyons également cette Presse participer brillamment aux campagnes germanophobes faites à l'occasion des représentations de *Lohengrin*.

Le fameux journal la *Revanche* reparût à ce moment. Dans les rues des voitures-réclames, annonçaient cette réapparition au moyen d'une immense affiche, où l'on voyait un soldat français combattant contre un monstre épouvantable représentant l'Allemagne; derrière, le génie tutélaire de la France, le tzar libérateur, dardait de coups de baïonnette ce monstre horrible. (1).

Or, quelque temps après on apprenait que

« M. Flourens, l'ancien ministre, aurait donné de l'argent pour chauffer le patriotisme des patriotes. L'ambassade russe aurait fournir des subsides suffisamment à M. Peyramont, pour qu'il put recréer la *Revanche*. (2).

De nos jours, les mœurs n'ont pas changé, et les distributeurs chargés de répartir à la presse les budgets de publicité des Emprunts russes, turcs, bulgares ou chinois, savent fort

---

(1) A. Hamon : *La France sociale et politique* (1891), p. 473.

(2) A. Hamon : *La France sociale et politique* (1891), p. 480.

bien à quoi s'en tenir sur la *valeur* des critiques, des attaques, ou du silence de la presse, grande ou petite.

Si l'on veut à cet égard l'opinion d'un spécialiste, voici quelques lignes extraites d'une brochure intitulée : LES PIRATES DE LA FINANCE, par M. J. Dumont, parue en 1911.

D'abord ce sous-titre suggestif autant que véridique :

La Presse politique et financière est au service de celui qui la paie.

Puis ces lignes, qui vraiment valent la peine d'être citées :

« *Tous les journaux politiques et financiers, inistinctement, sont à la solde de la haute ou de la basse finance, et il n'en existe point de véritablement indépendants. L'abonnement, la vente au numéro, les réclames commerciales, et pour certains les subventions gouvernementales, ne constituent pour un journal quotidien, dont les charges sont considérables, que des ressources insuffisantes, et la publicité financière est indispensable à l'équilibre de son budget.*

« *Cette publicité se présente sous la forme de bulletins financiers affermés pour une période déterminée par des banquiers ou des agences, et sont rédigés par de simples manœuvres, suivant les indications du patron.*

Le fermier de ce bulletin paie une redevance annuelle très élevée, et qui varie suivant l'importance du journal — tirage ou influence politique — pour avoir le droit de recommander dans le domaine qui lui est réservé, n'importe quelle affaire ou de décrier au contraire celle du concurrent.

***

De la 1re à la dernière ligne

On pourrait croire, à première vue, qu'il ne s'agit-là que du *Bulletin financier,* et que le reste du journal peut demeurer indépendant. « Cela est vrai théoriquement, mais non pratiquement. Imagine-t-on, par exemple, le courtier de publicité prônant en dernière page un emprunt russe, et le rédacteur politique déclarant en première page que la Russie va être acculée à la faillite! Evidemment, le public resterait sous l'impression de l'article de tête, et les Banques seraient volées.

Aussi (on peut le vérifier soi-même) au moment du lancement d'un emprunt russe, bulgare ou argentin, on ne verra dans la presse aucune note défavorable à ce pays.

Non seulement les articles de critique font place à des articles élogieux, mais encore les dépêches mêmes des agences sont soigneusement filtrées. On ne laisse imprimer aucune de celles qui pourraient jeter quelque inquiétude sur la prospérité de la nation emprunteuse — quand bien même il s'y passerait des événements d'une extrême gravité.

En 1910, la Grèce était en proie à une véritable révolution qui a duré plus de six mois. Tous les journaux étrangers étaient pleins du récit de coups d'Etat militaires répétés. Mais le gouvernement hellène négociait un emprunt avec nos banques, c'est pourquoi les journaux français étaient à peu près muets.

Le *Temps* lui-même, le grand organe de la politique extérieure, ne donnait que quelques rares notes, presque toutes optimistes. Mais en revanche, en quatrième page s'étalait une magnifique réclame pour la Banque d'Athènes. (1).

Naturellement, les financiers de tout rang n'ont point affaire personnellement aux directeurs de journaux. Tout se passe par intermédiaires.

Il y a d'abord pour le journal, le titulaire du Bulletin financier, qui afferme à redevance fixe la publicité financière du journal. C'est encore Delaisi qui nous donne, dans la *Démocratie et les financiers,* des indications précieuses à cet égard. Toutefois, il est une catégorie d'intermédiaires dont il ne parle guère, et qui a cependant une importance capitale, ce sont les individus qu'on dénomme « *distributeurs* » et qui sont chargés par les Banques de répartir entre les journaux les budgets de silence ou de publicité qui ont été décidés par les faiseurs d'affaires.

Cela fait partie du métier de publiciste, de savoir qui « *distribue* » pour telle ou telle affaire, il faut avoir un pied à la Bourse, un pied dans les cafés du boulevard, où se colportent les adresses précieuses.

Ils sont ainsi dans Paris une douzaine de personnages dont les antichambres sont envahies chaque jour par les représentants de la presse, grande et petite, qui viennent, les uns serviles, les autres menaçants, selon la certitude et la nocivité de leurs renseignements, glaner des sommes qui feraient

(1) FRANCIS DELAISI : *La démocratie et les financiers,* pag. 150 et suivantes.

vivre grassement de nombreuses familles, et qui sont la plupart du temps gaspillées en frais de lupanar ou de beuveries.

Parmi les « *affaires* » dont les subsides alimentent la presse, il faut placer au premier rang les grandes firmes métallurgiques dont la puissance malfaisante n'est un mystère pour personne. Tout le monde a encore présent à la mémoire les scandales Krupp, dévoilés en 1913 par Delaisi, dans le *Patriotisme des plaques blindées :*

« Le directeur de la Waffenfabrik, M. Von Gontard, imposant au journal pangermaniste la *Post,* les plus violents diatribes contre la France, donnant l'ordre de faire passer dans le *Figaro* des notes inquiétantes sur les mitrailleuses françaises, et, par un machiavélisme stupéfiant, après avoir excité l'opinion française par les provocations de la presse allemande, poussant l'Allemagne aux armements par des déclarations belliqueuses de la presse française. »

On pourrait ainsi à l'infini multiplier les exemples démonstratifs de la vénalité malfaisante de la presse. Naturellement, ce n'est pas toujours de façon apparente la politique « du bâton ou du morceau de sucre », il y a des nuances, et les motifs occultes d'une campagne ou d'un silence de presse peuvent être nombreux.

Un groupe financier rival peut fort bien alimenter une campagne contre celui qu'il prétend concurrencer; et n'a-t-on pas appris que, par exemple, les campagnes bruyantes menées par certains journaux contre Monaco, étaient inspirées et payées par des groupes d'affairistes franco-hispano-belges qui rêvaient de faire sur les côtes ibériques une sérieuse concurrence à la côte d'azur.

Quelquefois même les chantages de presse n'ont pas un but immédiatement pécuniaire; il peut s'agir d'une vengeance du directeur, d'une ambition politique à satisfaire, d'une femme à conquérir ou à lancer, enfin de l'un des multiples motifs qui en ce monde pourri font agir le « bourgeois ».

Quel que soit ce motif il repose sur le *modus vivendi* qui est notre base sociale : la lutte de tous contre tous, le faux darwinisme des *Struggle-for-lifer,* l'impérialisme individuel qui réalise si effroyablement l'antique : *homo homini lupus.* Ainsi l'intérêt mesquin mène et mènera le monde tant que ne sera pas née une organisation sociale véritablement harmonieuse.

Le Mensonge organisé

Et maintenant que s'avère irréfutable la vénalité de la presse passons à sa véracité.

La plupart des lecteurs des grands journaux d'information ne les prennent que « parce qu'ils ne font pas de politique », et les peuples sont pleins de mépris pour la *politique*, sans avoir jamais compris au juste ce que pouvait signifier ce mot. Au fond ce scepticisme populaire est un des plus grands motifs de stagnation, de décadence que puisse connaître une collectivité.

En haut, scepticisme dédaigneux des dilettanti cultivés, qui ne croient plus au progrès parce qu'ils ont le crâne bourré de lectures décevantes, et que leur force ne fut pas assez grande pour se galvaniser devant l'immensité de la tâche. Depuis Montaigne et Voltaire, c'est là une caractéristique de la culture française.

En bas, scepticisme ignorant et brutal, amené au fond par le même mobile psychologique : le désir grossier de jouir tout de suite, à tout prix, de ce faux luxe, de cette vie prostitutionnelle et facile que mènent les bourgeois; et conséquemment le dédain des actes et des paroles qui assurent lentement l'évolution. Là non plus, on ne croit plus que « la Route monte en lacets » l'idéal est mort, le pourrissoir fonctionne.

Et ainsi, chaque matin, des millions de lecteurs, désireux seulement de connaître le dernier crime, le dernier scandale, esclaves satisfaits de leur esclavage, ilotes ivres de tous les alcools frelatés que leur dispensent si généreusement leurs maîtres, se précipitent sur les feuilles pourrisseuses tels des chacals sur une charogne immonde.

Voyons maintenant comment ils sont renseignés.

En dehors des *fils et correspondants spéciaux* plus ou moins authentiques, la plupart des journaux reçoivent leurs informations des agences télégraphiques.

La plus connue de ces agences est *Havas* dont le fondateur, ex-corbeau des boucheries napoléoniennes, recordman de l'information tendancieuse, eût le premier l'idée d'adresser aux journaux de province une *correspondance* — embryon

des futures dépêches et des messages téléphonés (1) — où il résumait la vie quotidienne. Il y eut quelques concurrents dont l'un le *Bulletin de Paris* de M. Laffitte s'associa à l'agence Havas en 1858, d'autres comme l'agence Dalziel disparurent après des luttes mémorables. Peu à peu l'agence Havas est devenu la maîtresse incontestée de l'information télégraphique; sa royauté a bien été écorniflée par des concurrents comme Fournier, Paris télégrammes, Reuter, Radio etc... mais la primauté lui reste.

Si l'on veut se rendre compte de l'importance de ces agences il faut se souvenir que le premier soin du *Comité des délégués ouvriers et soldats,* a été au lendemain des sanglantes journées de la révolution russe, d'exiger la présence d'un des leurs au Central télégraphique de Pétrograd.

Cette précaution était élémentaire, car la diffusion, ou le secret gardé, de tel ou tel événement, est entre les mains des agences télégraphiques qui transmettent les nouvelles. Pour les faits sans gravité qui se déroulent en temps ordinaires, la concurrence assure l'indiscrétion qui permet au public de connaître quelques vérités; mais, que surviennent des événement graves, et l'ordre est donné aux agences de soumettre au filtrage gouvernemental les nouvelles qui lui parviennent.

Si l'on ajoute au filtrage des dépêches, soit par la direction de l'agence, soit par le *Bureau de la Presse,* la censure des directeurs dans chaque journal, celle des distributeurs dispensateurs de la manne, parfois même celui de rédacteurs intéressés, on voit combien est infime la portion de vérité que la presse dispense chaque matin à ses ouailles.

En temps de guerre la censure gouvernementale vient brocher sur le tout, mais cette censure contre laquelle on fulmine, si elle fait mine d'empêcher parfois une « affaire » ne gêne au fond que les rares organes qui ne font pas d'affaires, qui sont des feuilles subversives et réellement indépendantes, le nombre en est si réduit que l'on peut dire que dans l'ensemble de la vie journalistique, la censure ne gêne personne.

Voici, d'ailleurs, ce que disait Delaisi (1) sur la véracité de la presse :

« Si la République a aboli la censure, la Haute Banque l'a rétablie sous une nouvelle forme. Par l'intermédiaire de ses cour-

---

(1) D'Avenel : *Le mécanisme de la vie moderne.*

(1) *La Démocratie et les financiers,* p. 153.

tiers, elle exerce un véritable contrôle sur tout ce qu'impriment les journaux. Aucune information ne passe si elle contrarie ses émissions; aucun article n'est publié s'il est contraire à ses intérêts. Le courtier, maître du bulletin financier, est là qui veille. Il met un doigt sur ses lèvres, et l'on se tait; il parle et toute la presse répète ses paroles. Ainsi sur toutes les questions vitales, le public ne sait que ce qu'on veut lui faire savoir.

« Dans une démocratie, a dit Montesquieu, les institutions ne valent que ce que vaut l'opinion publique qui les contrôle. » En France, l'opinion publique est menée par les journaux qui sont aux mains des financiers. C'est pourquoi notre démocratie est une fiction.

***

Histoire d'une Affaire sous la Troisième République

(Censuré)

La presse est devenue l'un des moyens de gouvernement des plus efficaces, les démocraties reposant en principe sur l'opinion publique, il n'y a qu'à *faire* cette opinion... et c'est si facile!

Toute la vie de ce peuple étant dirigée, exploitée, volée par les financiers, examinons maintenant ce que sont ces *affaires* dont ils tirent leur luxe et leur pouvoir malfaisant.

Prenons une *affaire-type,* nous n'aurons ensuite qu'à multiplier à l'infini cette petite histoire, pour constater définitivement que, malgré le suffrage universel, malgré les trois mots magiques inscrits aux frontons des palais et des prisons, le peuple demeure dans l'actuelle société, la main d'œuvre, le *matériel humain* et rien autre.

***

Un beau jour, dans un pays lointain, sultanat africain, principauté danubienne, république sud-américaine ou royaume asiatique, peu importe; on découvre dans le sol ou le sous-sol une source de richesses. Que ce soit de l'or, du guano, du pétrole ou un emprunt balkanique, cela n'a aucune

importance, ce qui est en cause, c'est le système, qui ne varie pas, quelle que soit la matière exploitable, et même lorsqu'elle n'existe que dans l'imagination de financiers audacieux.

Tout, d'ailleurs, est matière à affaires, chemins de fer, canaux, ports, mines d'or ou de houille, casinos, usines, journaux, théâtres, gouvernements, églises, lupanars, Bourses du travail, Instituts catholiques ou socialistes, Révolutions, etc., etc... partout où il y a manifestation d'activité, le parasitisme capitaliste vient inéluctablement apporter sa malfaisance et sa corruption.

Ayant donc en main l'*idée-matière* exploitable, il s'agit pour l'initiateur de réunir les capitaux nécessaires à l'exploitation.

Cela se fait très souvent par relations, mais la Presse commence à cette aube son rôle publicitaire. Articles, annonces, chroniques « scientifiques », circulaires envoyées aux actionnaires possibles (dont on garde jalousement les listes), tout peut être mis en œuvre afin de réunir les sommes suffisantes.

La condition *sine quâ non* pour que l'affaire prenne consistance, est naturellement que les individus, explorateurs, prospecteurs, inventeurs, usuriers ou autres, aient réussi à intéresser à leur cause un financier quelconque. Qui dira jamais le nombre incalculable de rapports soumis aux banques, pour des projets dont parfois l'extravagance est invraisemblable!

Les lanceurs d'affaires cherchent des financiers, le rôle des financiers est de chercher des actionnaires :

« On sait ce que c'est que l'actiionnaire, la vache à lait du financier. » (1).

Etant donnée la formidable crédulité des épargnants français, l'incoercible poirisme du boutiquier quelque peu enrichi on n'a jamais entendu dire qu'en France les fonds puissent manquer, pour une entreprise dont la publicité est bien faite, cette entreprise eût-elle pour but l'exploitation des mines de la lune!

Les principaux actionnaires réunis, on nomme un Conseil d'administration.

Généralement on place à la tête de ce Conseil, un homme

---

(1) Proud'hon: *Manuel du spéculateur à la Bourse.*

dont la surface de respectabilité est incontestée parmi le public. Un général, un diplomate, un gros fonctionnaire, nobles de préférence, cela fait mieux sur les prospectus de lancement et sur les actions.

Naturellement, ledit lancement de l'affaire est fait par la presse, par toute la presse qu'elle soit politique ou financière. S'il s'agit, par exemple, des pétroles roumains, les journaux entonnent le dithyrambe de la Roumanie, l'apologie du pétrole; les articles de vulgarisation pseudo-scientifique succèdent à l'histoire de la famille royale, ou à des considérations sur la prodigieuse fertilité du pays, etc., etc...

Il y aurait beaucoup à dire sur la formation des Sociétés, l'émission des actions ou obligations, la cote fictive ou réelle, des valeurs, sur le mécanisme de l'agiotage, en un mot, mais cela sortirait du cadre de cet ouvrage.

Cependant, comme la Bourse est l'âme et l'axe de notre Société, comme la finance est la seule inspiratrice de la presse dont nous nous occupons pour l'instant, relatons le mot d'un Coulissier à qui un gogo disait en parlant d'une affaire industrielle : « L'affaire est bonne, ça monte! » Notre requin eut un sourire entendu et cyniquement il dit : « Pour un louis on fait *coter* ce que l'on veut! »

En passant, constatons également que la spéculation est souvent le motif de telle ou telle attitude de la Presse. Déjà Proud'hon pouvait écrire : « Au-dessus du Travail, du Capital, du Commerce ou de l'Echange et de leurs innombrables variétés, il y a encore la Spéculation... qui est l'art toujours chanceux de s'enrichir sans travail, sans capital, sans commerce et sans génie. »

Qui dira jamais pourquoi la publication de telle ou telle dépêche fut, dans une agence et dans la presse, retardée de 24 heures? La spéculation seule pourrait répondre.

Enfin voici notre affaire *cotée* sur le marché, mais la presse n'est jamais unanime et, très souvent, les directeurs de journaux grands ou petits sont mécontents des prébendes octroyées — trop parcimonieusement à leur gré — par les « distributeurs ». Alors, ils attaquent; car il est un axiome qu'il ne faut poins oublier : c'est qu'un journal est « *arrosé* » par la finance en raison directe de la capacité de nuire qu'on lui suppose.

Avec les grands quotidiens, les financiers viennent généralement assez facilement à composition, le distributeur arrange les choses au mieux des intérêts des deux puissances

en lutte, et ces tractations ne laissent guère de trace. Qui pourra jamais dire quelles combinaisons se sont échaufaudées dans les cabinets des distributeurs de publicité financière, qu'ils s'appellent Lenoir ou Tartempion?

Déjà, en 1902, le vicomte d'Avenel pouvait écrire :

« La publicité financière se traite par conventions purement verbales; les agents qui la centralisent ont soin toutefois, pour justifier l'emploi des fonds confiés par leurs commettants d'en acquitter le prix au moyen de chèques. Leur fonction est assez ardue : d'un côté ils doivent déjouer les ruses des spécialistes qui font paraître de pseudo-périodiques quelques jours avant les grandes émissions, pour avoir part à la manne... d'autre à négocier l'appui d'organes presque inaccessibles, qui promettent difficilement leur concours, même en échange de participation ou d'option. » (1).

Ceci est de notoriété publique « qu'il y a autour de la Bourse toute une nuée de journaux, petits ou grands, insectes venimeux qui tournent autour du bœuf gras, vivent à ses dépens et peuvent lui faire de douloureuses piqûres (1).

On appelle cette presse, la presse *indépendante*, car tel est le sort des mots qu'ils arrivent à signifier exactement le contraire de leur valeur étymologique.

Cette presse est surtout financière; elle s'adresse aux épargnants dont elle prétend mensongèrement sauvegarder les intérêts.

C'est surtout chez les petits rentiers de province que cette presse fait autorité. C'est ce qui explique le mot cynique du directeur de l'une de ces follicules à qui l'on rappelait le sous-titre de son journal : « Organe de défense de l'épargne ». — « Parfaitement, répondit-il. Défenseur de l'Epargne... en province, mais à Paris... c'est autre chose. »

Mais revenons à notre *affaire*. Il s'agit pour la presse de conseiller ou de déconseiller l'achat ou la vente du papier de telle ou telle affaire, suivant qu'on a, ou non, palpé la bonne manne à la caisse du distributeur.

Pour ce rôle de conseilleur intéressé

« Tout est bon à la réclame, journaux, revues, annuaires, guides, almanachs; tout sert d'occasion, de prétexte, de moyen, même la morale à cette industrie de sycophantes. » (1).

---

(1) VICOMTE G. D'AVENEL : *Le mécanisme de la vie moderne.*

(2) FRANCIS DELAISI : *La Démocratie et les financiers.*

(1) PROUD'HON: *Manuel du spéculateur à la Bourse.*

Généralement quelle que soit la violence des attaques de presse contre une affaire, tout finit par s'arranger. On trouve toujours un démarcheur pour amorcer la tractation, et tout se termine dans le cabinet du distributeur.

En principe tout bon « journaliste » doit être à l'affût de *l'affaire*. Aussi la chasse à l'indiscrétion est-elle un des principaux modes d'activité des honorables membres de la presse.

Savoir si tel financier a une maîtresse, si sa femme a un amant, si tel homme riche et considéré, cache quelque tare, de mœurs ou autre, si dans telle affaire le cours de la valeur est réellement étayé par une exploitation sérieuse; connaître, en un mot, tous les secrets monnayables.

C'est pourquoi dès qu'une affaire paraît prêter le flanc à la plus petite attaque, on voit dans toutes les feuilles surgir les échos agressifs, les racontars méchants, les perfidies les plus malpropres, toujours dissimulées sous le masque de l'intérêt public, et Proud'hon avait cent fois raison lorsqu'il qualifiait cette occupation de « métier de sycophante ».

Il arrive parfois qu'un financier plus audacieux demeure intraitable, et se refuse énergiquement à *chanter*. En ce cas, les attaques redoublent et tout est mis en œuvre pour obliger le dissident à se décider à passer sous les fourches caudines de la « *Faiseuse de gloire* », qui pour lui pourrait devenir la faiseuse d'années de prison, les affaires Rochette, Zucco et tant d'autres, ont ainsi surabondamment démontré le danger qu'il y a pour un financier à se faire de la Presse une ennemie.

Lorsque sous les coups répétés de la Presse, une affaire croule, un krach plus ou moins considérable se produit, le bon public s'imagine volontiers le journal auteur du cataclysme comme un auxiliaire de la justice, un redresseur de torts, un défenseur de l'épargne. Quelle erreur! Quatre-vingt-dix-neuf fois sur cent, c'est que le banquier n'a pas voulu payer et alors en avant les grands moyens!

Dans cette digne société, où tous luttent contre tous si âprement, la sentimentalité n'est point de mise, et aussitôt tombé, le maître de la veille devient le bouc émissaire des gogos. On l'injurie, on fait de la *copie* vengeresse avec son désastre, tout prêt à l'aider à sa sortie de prison à recommencer ses *affaires* si cette fois il veut mettre à cette aide un prix raisonnable.

La plupart du temps, d'ailleurs, les affaires n'ont point cette conclusion fâcheuse, et après des viscissitudes diverses, on arrive la plupart du temps à distribuer aux actionnaires quelques dividendes.

Mais, dans ce cas même, la presse continue son rôle stipendié. Lors des *Assemblées générales* on discute des intérêts de l'affaire, et les actionnaires peuvent demander des comptes à leur Conseil d'administration.

Cela arrive quelquefois, et le fin du fin du métier de publiciste financier consiste à se tenir au courant des mille bruits de Bourse ou de Boulevard qui peuvent déplaire à tel ou tel Conseil d'administration.

Au moment de l'Assemblée générale, un écho habile, une simple insinuation suffit pour faire savoir aux intéressés que l'on « *sait* » et on est généralement convié à passer chez le distributeur.

Et si l'on songe que c'est de milliers d'affaires ainsi construites qu'est faite la vie économique de ce pays, que la presse n'est déterminée que par le souci exclusif de plaire ou déplaire à ceux qui leur distribuent d'énormes subsides, que, par conséquent cette presse ne possède aucune valeur éducatrice, ni même d'information honnête, qu'elle tend au contraire à maintenir le peuple dans l'ignorance de la réalité économique, politique ou financière, on concevra facilement qu'il ne faut pas traiter légèrement ces multiples opérations de « pression morale » prébendée que sont les rouages essentiels de la machine à fabriquer l'opinion.

Et qu'on ne vienne pas dire que ces mœurs sont surtout celles de la petite presse financière. Cette petite presse ne fait au fond que ce que fait la grande; elle le fait seulement d'une façon plus apparente, plus cynique et, étant moins redoutée des brasseurs d'affaires, elle est obligée d'attaquer plus violemment pour se faire sa « *place au soleil* ».

Quant à la psychologie elle est identique dans les grands quotidiens ou dans les follicules tirant à 100 exemplaires.

Le grand public s'en aperçoit moins, ne lisant que les grands quotidiens, car il est très rare qu'une affaire se laisse attaquer par la grande presse. « *Un million ou fєreinte* », disait naguère à propos d'un emprunt l'un des manitous de la publicité financière. Naturellement, le million a été versé, car nulle puissance ne saurait résister à un trust comprenant 1.500 journaux, dont les 5 plus grands quotidiens français. Nous pourrions citer de multiples exemples de ***Budgets***

de silence ainsi distribuées; à cet égard la documentation est nombreuse et facile, il n'y a qu'à puiser sans crainte d'épuiser.

Ce qu'il importe de retenir dans tout ceci, c'est la formidable responsabilité sociale des gens d'affaires et des journaux à leur solde, le peu de foi que doit apporter le public dans les affirmations toujours tendancieuses de la presse, et la volonté de connaître le *dessous des cartes* dont jamais cette presse ne souffle mot.

Si cette vaste organisation de mensonge ne lésait que les « épargnants », nous laisserions tranquillement les gros capitalistes dévorer les petits, mais la foule des travailleurs est déplorablement exploitée et bernée par *tous les capitalistes* qui sont à la fois ennemis et solidaires, et ainsi complices de la Presse de pourriture, qu'il importe, dans le plus bref délai possible, de réduire à l'impuissance.

Connaissant exactement la valeur de l'ennemi, nous serons plus forts pour le combattre; c'est de la bonne stratégie.

***

La Presse abrutisseuse et criminelle

Déjà dans l'*Avertissement aux propriétaires*, Proud'hon constatait en termes empreints d'une sainte colère, que la Presse, ce « portevoix aux mille bouches partant de l'obscur bureau d'une imprimerie » ne servait guère qu'à porter par le monde des turpitudes et des vilenies, dans le seul but de gagner de l'or aux trafiquants du Verbe.

De nos jours, ce malheur s'est considérablement accru.

Il est deux choses essentielles que, pourtant, la Presse devrait avoir à tâche de porter aux foules : la *Vérité*, la *Beauté*.

Nous avons vu que la vérité était au contraire emprisonnée, bafouée par ceux dont le devoir élémentaire eut été de la divulguer; la Beauté n'est pas mieux partagée, et les lecteurs des journaux qui se contentent de cette nourriture intellectuelle s'en trouvent beaucoup plus hébétés et diminués mentalement, que par l'ignorance absolue, qui, si elle laisse à l'état fruste ne pervertit pas, n'abrutit pas.

De combien de satires plus ou moins virulentes n'ont pas été flagellés ces quotidiens publicateurs de feuilletons stupéfiants et d'histoires aberrantes. Il semble que depuis quelques années, la presse ait pris à cœur de crétiniser définitivement les habitants de ce malheureux pays.

En outre des feuilletons plus ou moins cinématographiques, ce n'étaient dans le corps du journal que récits de crimes affolants et stupides, contés avec un luxe de détails tel, qu'on pourrait fort bien croire au sadisme des publicistes; échos malpropres d'une société dégénérée, querelles byzantines sur des riens, saletés, imbécillités ou lagomachie politique, tels sont les éléments « littéraires » de notre grande presse.

Et toute cette énorme Bêtise ne se contente pas de régner sur les papiers imprimés, elle déborde dans la rue, elle couvre les murailles de ses hideux placards. Ce ne sont sous les yeux enfantins et féminins que grotesques ou délirantes images; c'est le *Cercle Rouge*, c'est *les Mystères de New-York*, c'est le *Masque aux dents blanches* et les douzaines d'autres malfaisantes calembredaines qu'il serait fastidieux d'énumérer.

Il eut été si facile pourtant de donner aux lecteurs, sinon des nouvelles exactes, du moins des lectures qui élèvent son esprit, qui l'éduquent en l'intéressant.

Les littératures françaises et étrangères ont un actif immense dans lequel il n'y avait qu'à puiser. Par des traductions bien faites, par des adaptations, par des vulgarisations habiles, des rééditions faciles, on eût pu plaire tout autant, sans tomber pour cela dans la flagornerie de la crapule, dans laquelle se complaît notre grande presse, semblable en cela au rhinocéros de Flaubert « qui piétine dans sa fiente. »

(Censuré)

Le peuple n'aime pas la beauté — disent-ils — mais qu'ont-ils donc fait pour la faire connaître à ce peuple abêti de travail, d'alcool, de cinéma, de café-concert et de manille aux enchères?

« La République a bâti des écoles », disait un candidat radical dans une quelconque réunion électorale, soit, mais qu'a-t-elle mis dedans et à la sortie?

Dedans : le pédagogue impuissant, prisonnier de systèmes désuets, de rhétorique normalienne et de programmes aussi tyranniques qu'imbéciles. Dehors : le journal avec ses faits divers, son feuilleton initiateur des secrets du « père François » le journal pourrisseur qu'on lit devant un apéritif, ou devant un verre d'alcool en sortant du bouge où des cabotins stupides ont dégoisé des ordures.

Jamais, depuis cinquante ans bientôt, aucun journal n'a été le grand éducateur populaire qui prépare les voies de l'évolution et rend inutiles les révolutions violentes.

Mais que la bourgeoisie prenne garde, on ne met pas impunément l'intelligence sous le boisseau; un jour ou l'autre, la flamme grandira, s'élèvera dévorante et les brandons incendiaires dispersés par de pieuses mains consumeront le vieux monde.

*
* *

La Presse & la Guerre

(Censuré)

En 1911, lors des difficultés marocaines, le rôle de cette presse fut particulièrement abominable. Alors que quelques hommes de bonne volonté s'employaient à éviter une conflagration, deux des plus grands quotidiens manœuvraient sourdement dans un but belliqueux.

Un accident fortuit vint aider à la solution pacifique du conflit; mais cela se fit envers et contre la grande presse qui ne pardonna jamais au ministre, artisan d'un traité qui évitait l'effusion du sang, d'avoir contrecarré les projets sinistres des clans métallurgico-financiers qui la paient.

Et lors des guerres balkaniques, puis enfin de l'attentat de Serajevo, quels sont donc les journaux qui ont dit la vérité?

Pourquoi cachait-on au public français les agissements dangereux des panlavistes des Balkans? Sinon parce que les banques françaises du Danube... et d'ailleurs, avaient partie liée avec certains groupes politico-financiers, immédiatement intéressés à arrêter coûte que coûte le « *Drang nach Osten* ».

La responsabilité formidable des directeurs de journaux a, d'ailleurs, été affirmée par un des plus puissants maîtres de la publicité financière. C'est à un journal financier que nous avons emprunté la citation d'un rapport — paraît-il — secret, dans lequel se trouverait cette interpellation s'adressant aux dits directeurs des grands quotidiens « *Les Coupables, c'est vous!* »

Que pouvait être la guerre pour de pareils forbans, sinon une affaire? Une mauvaise affaire, a-t-on dit, pas pour tout le monde néanmoins et parmi les « profiteurs » on devra classer, sans crainte de se tromper, pas mal de journaux... et de journalistes.

En outre, des subsides gouvernementaux, qui ne lui furent pas trop mesurés, la presse a eu plusieurs moyens d'existence très fructueux pendant ces deux dernières années.

Ce fut d'abord « *le commerce avec l'ennemi* », autrement dit le « chantage au Boche ». Dès qu'une firme commerciale, une Banque, voire un particulier pouvait paraître, à une opinion publique surchauffée, quelque peu suspect, soit par ses relations, soit par son nom, à consonnance germanique, on attaquait. Généralement cela s'arrangeait vite, car éternellement le bourgeois aura peur de la colère de la plèbe.

La guerre se prolongeant, les affaires se raréfiant, il fallut trouver autre chose; on fit campagne contre les « profiteurs de la guerre ». Oh! ce ne furent pas des campagnes bruyantes, où le patronat exploiteur était mis en cause, non, mais

seulement des insinuations, des échos qui laissaient deviner à l'intéressé qu'on *savait* et tout de suite un « distributeur » arrangeait l'affaire.

Qui pourra jamais savoir les sommes fabuleuses distribuées par la métallurgie, honteuse des millions ramassés dans le sang, à la presse en échange de son silence.

(Censuré)

*
* *

Conclusion

La caractéristique essentielle de notre époque est le « réalisme économique ». Tous les Etats européens, quels qu'ils soient, ont, durant ces dernières années, vu leur politique, extérieure et intérieure, dirigée, déterminée, par le facteur économique.

Or, nous tous, dont le but est une transformation sociale qui supprimerait le parasitisme, socialistes, syndicalistes, libertaires, anarchistes, nous qui avons dans notre bibliographie tant de plans idéalistes et naïfs de la « société future », il est un plan que beaucoup d'entre nous ignorent, du moins dans ses détails, dans son organisation réelle, c'est le plan social actuel.

Malgré les efforts des Proud'hon, des Chirac, des Delaisi et de tant d'autres, la plupart des prolétaires qui constituent les forces du meilleur devenir, ne connaissent que fort vaguement la structure de la forteresse qu'ils attaquent.

« Le peuple n'entend rien aux *affaires*. Il n'a aucune idée des principes de l'économie, des lois de l'échange, du crédit.

Il ne comprend pas mieux la responsabilité que la tenue des livres : dans tout cet organisme... il ne voit qu'un dédale où ses intérêts sont sacrifiés à l'habileté bourgeoise. » (1).

La grande voix de Proud'hon n'a pas été entendue et ceux qui ont été les dirigeants du mouvement prolétaire n'ont pas voulu se souvenir de ce qu'avait dit le grand précurseur sur la Bourse.

La Bourse — disait-il —

« *C'est là que les réformateurs modernes devraient aller s'instruire, et apprendre leur métier de révolutionnaires.* » (2).

Si cette vérité fondamentale avait été comprise, on aurait dû imprimer à des millions d'exemplaires les brochures, les livres, qui de Chirac à Delaisi ont tenté d'apporter au peuple un peu de vérité, et surtout on aurait dû les lire.

Ayant démontré que la Presse, toute la presse (exception faite toutefois de quelques rares journaux syndicalistes, libertaires ou anarchistes et des organes littéraires ou artistiques) n'est qu'une émanation de la volonté financière, il importait de jeter la lumière sur cette formidable machine à fabriquer l'opinion, à écraser tout essor prolétarien.

Si l'on avait encore quelques doutes sur le rôle malfaisant de cette « presse de pourriture », on n'aurait qu'à lire « *Le Patriotisme des plaques blindées* » où Delaisi, parlant des proses chauvines de la presse nationaliste franco-allemande écrivait :

« Les déclarations forcenées de la *Post* (organe pangermaniste) « ont peu d'écho en Allemagne, où on ne les lit guère; mais elles « en ont en France, où l'*Echo de Paris*, le *Temps*, le *Matin* les « citent avec une prédilection marquée comme des documents sur « l'état de l'opinion allemande. Elles irritent ainsi le public fran- « çais et, par un choc en retour, permettent aux plus graves jour- « naux d'Outre-Rhin de crier au réveil du chauvinisme français, et « à la nécessité de nouveaux armements. »

Haute-Banque, Métallurgie, voilà quelles sont les deux organismes qui alimentent le *Pourrissoir*, si nous savons lutter efficacement pour balayer celui-ci, les deux autres désem-

(1) Proud'hon : *Manuel du spéculateur à la Bourse*, p. 456.
(2) Proud'hon : *Manuel du spéculateur à la Bourse*, p. 23.

parés, se verront privés de leur principale défense. Tout se tient, si nous pouvions arracher les journaux aux mains des malfaiteurs qui s'en servent d'aussi abominable façon, cela serait pour nous d'une importance capitale.

Naguère, nous fut contée la révolution mexicaine. Dans ce pays encore fruste, les révolutionnaires avaient compris l'importance essentielle de la Presse.

A peine entrés dans Mexico, les révolutionnaires envoyèrent quarante des leurs dans les locaux du plus grand journal de la ville. Là, les rédacteurs furent réunis et ce discours, bref mais clair, leur fut tenu :

« *A dater de ce moment, ce journal appartient au peuple, vous allez immédiatement quitter ces lieux sans rien emporter, nous nous chargeons de rédiger le journal, qui paraîtra demain, comme à l'habitude.* »

Et le lendemain, effectivement le journal parut, mais ce ne fut pas la prose officielle ni officieuse qu'il alla porter aux quatre coins du territoire mexicain.

Je sais que ceci se passait dans un pays très différent du nôtre, mais n'est-ce pas là une indication et une leçon que nous donnèrent les révolutionnaires mexicains?

D'autre part Delaisi écrivait avec raison :

« Mais quand personne ne fera plus de l'or avec les machines à tuer, alors le chauvinisme belliqueux de la Presse, n'étant plus alimenté par les budgets de publicité de la métallurgie militaire s'éteindra, faute d'aliment. »

Hélas il ne s'est pas éteint, mais il a été la sournoise étincelle qui couve sous les cendres et un beau jour incendie la maison!

(Censuré)

La Censure, servilement acceptée, a été le plus efficace des moyens de gouvernement et aucun de ces « indépendants » n'a protesté avec un désir réel de liberté.

(Censuré)

Lecteur qui, chaque matin, en allant à ton travail, achète ton fidèle quotidien, souviens-toi de cette péroraison d'une causerie faite sur la presse par un obscur propagandiste libertaire :

« Allons, ouvrier, employé, brave citoyen, donne ton sou, en échange tu recevras une nourriture intellectuelle digne en tous points de ton estomac d'ilôte, donne ce sou, tu le dois, afin que s'édifie plus indestructible le socle d'airain de la Société qui t'écrase.

« Donne tes sous, peuple esclave, peuple sans joie, peuple abreuvé d'alcool et de chansons patriotiques, qui ne vois pas, qui ne veux pas voir que l'ensemble de tous tes fronts résignés forme un immense tréteau de chair suante, souffrante et saignante, un immense tréteau fait de millions de pauvres têtes et sur lequel dansent les baladins et les pîtres. »

Eh bien, il faut que cette péroraison cinglante contribue à réveiller les énergies endormies, et puisque cette presse d'ignominie et de mensonge continue à trouver chez les possédants l'or nécessaire à l'impression de ses proses vénéneuses, il serait à désirer que d'en bas montât la seule protestation efficace par un moyen bien simple : *la grève, la grève générale des lecteurs* jusqu'à ce qu'un mouvement prolétaire plus fort que toutes les tyrannies avouées ou occultes ait balayé l'armée immonde des sycophantes abrutisseurs.

Index Bibliographique

PROUD'HON : *Avertissement aux propriétaires.*
— *Manuel du spéculateur à la Bourse.*

AUGUSTE CHIRAC : *L'agiotage sous la Troisième République.*
— *La Haute Banque et les Révolutions.*

FRANCIS DELAISI : *La Démocratie et les financiers.*
— *Le patriotisme des plaques blindées.*
— *La Guerre qui vient.*

J. DUMONT : *Les pirates de la finance.*

Imp. PIGALLE, 20, boul. de Clichy, PARIS